

PENGARUH *PRICE FAIRNESS*, *PRICE-QUALITY INFERENCE*, *PERCEIVED RISK* PADA *ATTITUDE* DAN *PURCHASE INTENTION*

(Studi pada *Smartphone* Bergaransi Distributor di Kota Surakarta)



SKRIPSI

**Disusun untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret**

Disusun oleh:

**HANIF HAMDANI
F0211054**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016**

ABSTRAK

PENGARUH *PRICE FAIRNESS*, *PRICE-QUALITY INFERENCE*, *PERCEIVED RISK* PADA *ATTITUDE* DAN *PURCHASE INTENTION*

(Studi pada *Smartphone* Bergaransi Distributor di Kota Surakarta)

Oleh :

HANIF HAMDANI

NIM. F0211054

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *price fairness*, *price-quality inference*, dan *perceived risk* terhadap *attitude*, serta menguji *attitude* terhadap *purchase intention* konsumen *smartphone* bergaransi distributor di Kota Surakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 149 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan metode *purpose sampling*. Teknik pengujian data menggunakan SEM dengan bantuan perangkat AMOS 21 for Windows.

Berdasarkan hasil analisis model structural SEM dalam penelitian ini, didapatkan hasil : *price fairness* berpengaruh signifikan pada *attitude* konsumen. *Price-quality inference* berpengaruh signifikan pada *attitude* konsumen. *Perceived Risk* berpengaruh signifikan pada *attitude* konsumen. Serta, *attitude* berpengaruh signifikan pada *purchase intention* konsumen.

Keterbatasan penelitian ini adalah obyek amatan difokuskan pada *smartphone* bergaransi distributor di Kota Surakarta. Sehingga berdampak pada generalisasi studi yang bersifat terbatas. Implikasi juga dibahas untuk memberikan wawasan dalam aspek teoritis, praktis dan penelitian lebih lanjut.

Kata Kunci : *price fairness*, *price-quality inference*, *perceived risk*, *attitude*, *purchase intention*

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE FAIRNESS, PRICE-QUALITY INFERENCE, PERCEIED RISK ON ATTITUDE AND PURCHASE INTENTION

(A Study on Unofficial Warranty Smartphone in Surakarta City)

by:

HANIF HAMDANI

F0211054

The purpose of this study was to examine the effect of price fairness, price quality inference and perceived risk on consumer attitude, and examines the effect of customer attitude towards consumer purchase intention on unofficial warranty smartphones in Surakarta City. The sample that used in this study were 149 respondents. The technique of collecting data using questionnaires. Sampling using purposive sampling method. Mechanical testing data using SEM with the help of the AMOS 21 for windows.

Based on the results of SEM analysis of the structural model in this study, the result have obtained: price fairness have a significant influence on consumer attitude. Price quality inference have a significant influence on consumer attitude have a significant effect on consumer purchase intention.

The limitations of this study is focused on Unofficial Warranty Smartphones as the object of observation in Surakarta City. So the impact on the impact on the generalization studies is limited. The implications are also discussed to provide insight into the theoreticala aspects, practical and research further.

Keywords : price fairness, price-quality inference, perceived risk, attitude, purchase intention

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *PRICE FAIRNESS*, *PRICE-QUALITY INFERENCE*, *PERCEIVED RISK* PADA *ATTITUDE* DAN *PURCHASE INTENTION*

(Studi pada *Smartphone* bergaransi distributor di Kota Surakarta)

Ditulis oleh :

Hanif Hamdani (F0211054)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Surakarta, 10 Oktober 2016
Pembimbing



Drs. Heru Purnomo, MM.
NIP.1957021221986031003

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH *PRICE FAIRNESS*, *PRICE-QUALITY INFERENCE*, *PERCEIVED RISK* PADA *ATTITUDE* DAN *PURCHASE INTENTION*

(Studi pada *Smartphone* Bergaransi Distributor di Kota Surakarta)

Atas nama mahasiswa : Hanif Hamdani (F0211054)

Telah diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret guna Melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen.

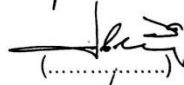
Surakarta, 30 November 2016

Tim Penguji Skripsi

1. RETNO TANDING S., SE, ME, Ph.D. Sebagai Ketua
NIP. 19710528 200003 2 001



2. Drs. BAMBANG SAROSA, M.Si. Sebagai Sekretaris
NIP. 19550301 198503 1 002



3. Drs. HERU PURNOMO, M.M. Sebagai Pembimbing
NIP. 19570122 198603 1 003



Disahkan oleh

Kepala Program Studi S1 Manajemen



REZA RAHARDIAN, SE, M.Si.
NIP. 19740609 200012 1 001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : Hanif Hamdani
NIM. : F0211054
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH *PRICE FAIRNESS, PRICE-QUALITY INFERENCE, PERCEIVED RISK* PADA *ATTITUDE DAN PURCHASE INTENTION*
(Studi pada Smartphone Bergaransi Distributor di Kota Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 18 Oktober 2016

METERAI
TEMPEL
850B8AEF052139938
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Hanif Hamdani
NIM. F0211054

HALAMAN MOTTO

Hanya kepada Engkauilah, kami menyembah dan memohon pertolongan
(QS. 1:5)

Teamwork makes the dream work
(John. C Maxwell)

Little things make the things happen
(Penulis, 2016)

HALAMAN PERSEMBAHKAN

*To my parents,
Who gave me more than I realized*

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH PRICE FAIRNESS, PRICE-QUALITY INFERENCE, PERCEIVED RISK PADA ATTITUDE DAN PURCHASE INTENTION (Studi pada Smartphone bergaransi distributor di Kota Surakarta)**”. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sejak masa persiapan hingga akhir penyusunan skripsi ini. Secara khusus ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Hunik Sri Runing S, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Reza Rahardian, S.E., M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Heru Purnomo, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan arahan , nasehat, dan nasehat yang sangat berharga kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Anastasia Riani S, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.

5. Seluruh dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat.
6. Kedua orang tua, Bapak Azis Purbayu (Alm.) dan Ibu Sawitri Setiyati , terima kasih atas kasih sayang tiada batas yang tidak bisa penulis balas.
7. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2011, terima kasih atas kesediaannya membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini, terima kasih untuk kebersamaan dan kenangannya, semoga tali silaturahmi masing-masing dari kita bisa terus terjaga.
8. Seluruh teman-teman Marching Band Sebelas Maret Surakarta, terima kasih sudah mau menjadi keluarga selama studi di Solo, terima kasih sudah mau berbagi suka dan duka dan pengalaman yang luar biasa.
9. Teman-teman KKN Malang Desa Wonosari 2015, terima kasih telah memberikan pelajaran hidup yang berharga di akhir masa studi.
10. Responden dalam penelitian ini serta seluruh pihak yang telah membantu secara moral maupun material.

Penulis menyadari bahwa hasil karya ini masih ada kekurangan. Oleh karenanya saran dan kritik yang membangun diharapkan demi perbaikan agar penelitian dikemudian hari lebih baik dan bermanfaat.

Surakarta, 18 Oktober 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	12

1.4. Manfaat Penelitian	13
-------------------------------	----

1.5. Justifikasi Penelitian	14
-----------------------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	15
---------------------------	----

2.2. Penelitian Tedahulu.....	30
-------------------------------	----

2.3. Model Penelitian	31
-----------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian	33
-------------------------------------	----

3.2. Metode Pengambilan Sampel dan Teknik Pengukuran Data	34
---	----

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
---	----

3.4. Pengujian Statistik	38
--------------------------------	----

3.5. Evaluasi Asumsi SEM	41
--------------------------------	----

3.6. Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	42
--	----

BAB IV HASIL DAN PENGEMBANGAN

4.1. Objek Penelitian	44
-----------------------------	----

4.2. Analisis Deskriptif	45
--------------------------------	----

4.3. Uji Instrument Penelitian	54
--------------------------------------	----

4.4. Analisis <i>Goodness of Fit</i>	67
4.5. Pengujian Hipotesis	71
4.6. Pembahasan	74

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1. Kesimpulan	77
5.2. Keterbatasan	78
5.3. Implikasi Studi	78
5.4. Saran untuk Penelitian Lanjutan	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Smartphone Di Indonesia tahun 2014-2015	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.1. Data Deskriptif Responden	46
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Tentang <i>Price Fairness</i>	49
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Tentang <i>Price-Quality Inference</i>	50
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Tentang <i>Perceived Risk</i>	51
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Tentang <i>Attitude</i>	52
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Tentang <i>Purchase Intention</i>	53
Tabel 4.7. Hasil <i>KMO</i> dan <i>Bartlett's Test Pretest</i>	55
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas <i>Pretest</i>	56
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	57
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>KMO</i> dan <i>Bartlett's</i>	58
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Outlier</i>	64
Tabel 4.15. Hasil Uji <i>Outlier</i> Kedua	65
Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas Setelah <i>Outlier</i>	66
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Setelah <i>Outlier</i>	67
Tabel 4.18. <i>Goodness of Fit</i> Model Awal	68
Tabel 4.19. <i>Goodness of Fit</i> Model Modifikasi	70
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Hipotesis	71
Tabel 4.21. <i>Standardized Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perbandingan <i>smartphone</i> bergaransi resmi dan distributor	6
Gambar 2.1. Model Penelitian	31
Gambar 4.1. Modifikasi Model	69